

新质生产力赋能电商经济的发展路径探析

苗明慧

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年9月16日; 录用日期: 2025年9月29日; 发布日期: 2025年11月27日

摘要

随着新一轮科技革命和产业变革的深入发展, 新质生产力正成为驱动经济社会高质量发展的核心引擎, 它借助数字化智能化等技术对电商经济领域产生重要影响。电商经济作为现代流通体系的重要组成部分, 其传统发展模式面临流量红利见顶、同质化竞争加剧、供应链韧性不足等挑战。本文旨在探析新质生产力如何为电商经济注入新动能, 开辟新路径。文章从核心技术驱动、生产要素创新性配置、产业深度转型升级三个维度系统分析了新质生产力对电商经济的赋能机理, 最后提出以新质生产力赋能电商经济的具体发展路径, 旨在为电商经济实现质量变革、效率变革、动力变革提供理论参考和实践指引。

关键词

新质生产力, 电商经济, 高质量发展, 产业升级

Analysis of the Development Path of E-Commerce Economy Empowered by New Quality Productivity

Minghui Miao

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: September 16, 2025; accepted: September 29, 2025; published: November 27, 2025

Abstract

With the in-depth development of the new round of technological revolution and industrial transformation, new-quality productivity is becoming the core engine driving the high-quality development of the economy and society. It has a significant impact on the e-commerce economy through digitalization and intelligence technologies. As an important part of the modern circulation system, the traditional development model of the e-commerce economy is facing challenges such as the peak of traffic

dividends, intensified homogenization competition, and insufficient supply chain resilience. This article aims to explore how new-quality productivity can inject new impetus and open up new paths for the e-commerce economy. The article systematically analyzes the empowerment mechanism of new-quality productivity on the e-commerce economy from three dimensions: core technology-driven, innovative allocation of production factors, and in-depth transformation and upgrading of industries. Finally, it proposes specific development paths for empowering e-commerce economy with new-quality productivity, aiming to provide theoretical references and practical guidance for the e-commerce economy to achieve quality, efficiency, and power transformation.

Keywords

New Quality Productivity, E-Commerce Economy, High-Quality Development, Industrial Upgrading

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，具有高科技、高效能、高质量特征，符合新发展理念的先进生产力质态。它由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，其核心在于科技创新。当前，我国电商经济在经历高速增长后，步入存量竞争与高质量发展并重的新阶段。传统依赖资本投入和规模扩张的模式难以为继，亟需通过新质生产力所代表的新技术、新要素、新理念，打破发展瓶颈，重塑竞争优势。因此，探析新质生产力赋能电商经济的发展路径，不仅具有重要的理论价值，更是推动电商经济可持续发展的现实迫切需求。

2. 电商经济发展现状及面临的挑战

2.1. 发展现状：多元融合与纵深推进

随着网络技术走进千家万户，电商平台规模基数愈发庞大，总体规模已位居全球首位。传统的用户与流量红利逐渐见顶，电商经济增长动力从依赖新用户获取，转变为深挖单用户价值、拓展新品类及提升复购率。电商业态模式持续创新与分化，电商直播已从创新业态成为主流消费模式，从野蛮生长步入精耕细作阶段，对产品质量和供应链效率都提出了更高的要求。电商平台不再局限于连接消费者，而是利用其数据、技术优势反向赋能产业链上游。通过深度介入产品设计、生产制造、品牌孵化等环节，推动制造业、农业的数字化改造，实现供需的更高效匹配，从消费互联网迈向产业互联网。同时电商平台竞争格局出现多维化，竞争不再局限于传统综合电商平台之间，内容平台(如抖音、快手)加速电商化，线下零售巨头强化线上渠道，垂直领域涌现出众多特色平台，形成了“全域竞争”的复杂局面。我国电商经济在经历爆发式增长后，已进入一个规模巨大、模式多元且与实体经济深度耦合的新常态阶段。目前，跨境电商的主要平台包括阿里巴巴国际站、京东全球购、拼多多跨境电商等。此外，社交电商和抖音、快手直播带货等新型模式也逐渐在电商中崭露头角，成为推动交易增长的重要力量[1]。虽然电商经济在近些年取得显著成就，但随着科学技术的发展电商平台不再仅仅由流量和资本驱动，而是转向技术、供应链和生态协同的全面竞争，新的挑战也愈发凸显。

2.2. 电商经济所面临的深层挑战

第一，电商经济缺乏复合型人才。人才是实现民族复兴、赢得国际竞争主动权的战略资源[2]。电商经济竞争的本质就是人才的竞争，但人才需求和教育供给之间存在显著断层。首先，知识与技能之间出现非对称性。现有教育体系仍以单一学科培养为主，高校课程更新速度滞后于行业发展，毕业生往往缺少仅具备理论素养，难以应对实际业务中多维度交织的复杂挑战，横跨数字技术、商业运营、消费者心理及供应链管理的复合型人才极为短缺。其次，实践与理论之间出现应用鸿沟。许多从业者源于传统行业或互联网其他领域，其知识结构存在差异性。他们擅长流量获取，精通平台规则，却不理解供应链优化，缺乏品牌建设思维，大大降低了企业在战略协同与创新突破上的效率，难以系统性地提升企业核心竞争力。最后，人才持续进化能力缺失。电商业态快速迭代，要求人才具备持续学习和自我更新的能力。然而，当前电商行业培训多集中于短期技能灌输，缺乏系统性的认知提升和跨界思维培养，导致人才成长速度无法匹配行业演变节奏，形成深层的人力资源瓶颈。

第二，电商经济区域发展不平衡。商务部发布的《2023年上半年中国网络零售市场发展报告》显示，2023年上半年，东部地区农村网络零售交易额占农村网络零售交易总额的75.5%，中部地区占比15.5%，西部地区占比6.9%，东北地区仅占2.1%。跨境电商交易额排名前5名全部来自东部地区，占全国跨境电商总额的48.69%[3]。这种不平衡性不单单体现在零售额方面，还表现在人才集聚和产业数字化等方面。首先，资源虹吸效应与区域生态薄弱问题显著。数字技术、资本与高端人才持续向东部沿海及主要中心城市集聚，形成强烈的资源虹吸效应。中西部地区及中小城市面临电商生态薄弱、基础设施不完善、创新氛围不足等问题，难以培育本地化数字商业生态，导致供应链资源、消费市场与创新要素在全国范围内无法高效流动和优化配置。其次，产业数字化进程参差不齐。东部电商发达区域已进入产业互联网阶段，实现制造业、农业与数字销售的深度融合；而很多内陆地区仍处于传统电商或线上展销阶段，缺乏深度数字化改造的能力，产业之间出现数字化断层，区域间难以形成协同网络，制约电商整体经济效率的提升。最后，政策与市场响应错位。部分地区对电商发展的支持政策存在趋同化问题，缺乏基于本地产业特色和资源禀赋的差异化引导。同时，欠发达区域市场主体对数字技术的应用能力和意愿均显不足，进一步放大区域间的发展落差，形成“强者愈强、弱者愈弱”的循环。

第三，平台销售存在产品质量问题。首先，算法激励机制扭曲。电商平台算法多以“销量”“热度”“转化率”为核心指标，这种机制客观上鼓励商家追求短期销量爆发，而并非长期品质积累。部分商家通过刷单炒信、夸大宣传等方式迎合算法偏好，导致劣币驱逐良币现象发生，诚信商家面临不公平竞争环境。其次，责任界定模糊与监管滞后。平台、商家与第三方服务提供商之间的责任链条尚未清晰界定，产品出现质量问题时容易相互推诿；现有监管体系仍偏重于事后处罚，缺乏对全流程、可追溯、实时动态的质量管控机制，治理效能有限。最后，信息不对称与消费者博弈能力不足。尽管存在评价系统，但消费者难以基于现有评价做出有效判断。权威且具有公信力的第三方品质认证体系缺失，使得消费者在复杂电商环境中处于信息弱势地位，从而对电商经济发展产生负面效应。

3. 新质生产力赋能电商经济发展的内在逻辑

新质生产力与电商经济的融合，本质上是将前沿科技创新成果深度融入电商的生产、流通、消费、服务全链条，通过提升全要素生产率，实现电商经济价值链的整体跃升。其赋能逻辑主要体现在三个核心维度：

首先，新质生产力激活电商经济数据要素价值。随着科学技术的发展，以土地、劳动力、资本为核心要素的传统生产力已不再适应电商经济高质量发展的要求，而新质生产力所确立的以数据作为关键生

产要素的地位，为电商经济迈向以数据驱动、自动运行为核心特征的智能化阶段提供核心驱动力。在传统电商模式下，数据只是作为交易流程产生的副产品而存在。新质生产力理论的核心之一在于重塑生产要素体系。它打破传统经济学中土地、劳动力、资本的三元结构，将数据提升至与前三者同等甚至更为重要的战略地位。电商平台通过对海量用户行为、交易记录、社交信息、地理位置等数据进行采集、清洗、标注和治理，形成了高质量的数据资产池，正是基于这些数据资产，AI 算法才能实现精准的用户画像、需求预测、个性化推荐和动态定价，实现数据要素的规模化、体系化积累，适应电商数字化智能化高质量发展要求。新质生产力使得电商经济从一种单纯的线上交易渠道，演进为由数据智能驱动、无缝连接消费与生产、高效协同社会资源的新型智慧经济生态。因此，大力推动新质生产力在电商经济领域的应用，是其突破当前瓶颈、迈向高质量发展高级阶段的必然战略选择。

其次，新质生产力驱动电商经济拓宽市场。新质生产力作为以高新技术创新为核心驱动力的先进生产力形态，其价值不仅在于提升既有生产活动的效率，更在于其具备突破时空限制、重塑产业格局、创造新需求的强大能力，成为电商经济实现国内国际两个市场纵深发展的核心引擎。第一，电商平台通过人工智能、元宇宙等技术构建沉浸互动式购物场景，激发消费者的潜在需求，将可选消费变为必选消费，做大国内消费市场的总蛋糕；第二，电商平台通过运用大数据路径规划、自动化仓储等新质生产力技术，企业能够大幅度降低物流成本，提升配送效率，打破农村及偏远地区“最后一公里”的难题；第三，电商经济借助物联网(IoT)、区块链和 AI 算法，构建端到端的可视化跨境供应链。从海外仓的智能备货、库存管理，到国际干线的优化调度，再到最后一公里的精准配送，全部由数据智能驱动，实现全球库存一盘棋，保证全球供应链的稳定性和可靠性。新质生产力对电商经济拓宽市场的驱动，是一次从“工具性应用”到“战略性重塑”的深刻变革，使电商经济成为构建国内国际双循环新发展格局的关键支点。

最后，新质生产力重塑电商经济新业态。新质生产力作为一种先进生产力形态正以前所未有的广度与深度重塑电商经济的生态与格局，推动电商经济从“流量红利”时代迈向“价值创新”时代。新质生产力发挥 AI 和数据要素的革命性作用，使人工智能和大数据成为价值创造的核心生产资料。人工智能通过深度挖掘用户全生命周期数据，超前预测潜在消费需求，不仅指导产品的设计、研发与生产，更能实现以需定产、甚至未需先产，很大程度上降低了研发失败和库存积压的风险，从而重塑供应链的新起点。同时新质生产力催生出基于工业互联网的柔性制造和协同制造模式，电商平台不再只是单纯的销售渠道，而是通过用户直连制造模式，将海量的个性化需求直接反馈给智能工厂，充分满足了当下消费者对个性化、定制化商品的追求，推动了制造业与消费端的深度融合。平台利用其技术优势向上游渗透赋能农业、制造业的数字化改造(如智慧农业、智能工厂)，向下游延伸创新物流与体验模式(如无人仓配、即时零售)。电商不再是产业链的末端销售环节，而是成为驱动全产业链协同优化的中枢神经系统。新质生产力通过将数据、AI 等新兴要素作为核心投入，通过重构生产逻辑、产业形态和支撑体系，正在催生一个更加智能、高效、个性化和韧性化的电商新生态，促使电商经济在新一轮商业变革中占据制高点。

4. 以新质生产力赋能电商经济的具体发展路径

4.1. 建设人才培养体系，提升数量和质量

应对人才挑战，要超越传统教育框架，构建以能力导向、跨界融合、持续进化为核心的新型人才培养生态系统。一方面要推动学科体系与课程内容重构，支持高校与领先企业共建电商现代产业学院，共同开发涵盖数据科学、智能供应链管理、数字营销、商业伦理的跨学科课程，培养能够解决复杂问题的全面复合型人才。另一方面，实施高端人才“引领者”计划，重点吸引和培育能够驾驭前沿 AI、大数据技术、具备国际视野和战略思维的高端领军人才。通过设立专项研究基金、鼓励参与国际标准制定、支持电商行业进行颠覆性商业模式创新，使其成为驱动电商产业向全球价值链高端跃迁的核心引擎。同时，

制定优惠政策,吸引和留住电商专业人才。通过提供住房补贴、子女教育等福利措施,降低人才流失率[4]。

4.2. 统筹区域战略规划, 缩小发展差距

促进区域协调发展是推进中国式现代化建设的应有之义,是解决发展不平衡不充分问题的有效途径,这一论述立足中国式现代化的本质要求,深刻阐明了区域协调发展的战略定位与实践方向[5]。电商经济也应遵循这一战略定位和实践方向,运用新质生产力要素,实施精准化、智能化、生态化的区域赋能战略,推动东中西部地区电商经济协调发展。一方面,打造区域产业带数字化基座。基于人工智能与工业互联网技术,为不同区域的特色产业带(如沿海制造业、中部农业、西部手工艺)构建专属数字化解决方案。通过提供智能分析工具,帮助本地商家低成本接入数字供应链,实现“一地带一策”,推动产业优势与数字能力深度融合,避免同质化竞争。另一方面,发展分布式与即时化零售网络。依托大数据和智能算法,科学规划区域性冷链仓储、前置仓网络及即时物流体系,破解中西部与偏远地区“最后一公里”效率与成本难题。推动“区域云仓+即时配送”模式创新,将全国性电商网络的广度与区域性服务网络的深度相结合,激发本地消费潜力,提升全国市场的统一性与韧性。

4.3. 加强监管力度, 共创良性环境

加强监管的目标是构建以技术治理、信用治理、协同治理为特征的智慧监管新范式。首先,要部署全域商品质量追溯与信用评价系统,强制推行基于区块链技术的商品全生命周期溯源体系,实现从原料、生产、物流到销售的全链条信息不可篡改、透明可查。同时,建立整合平台数据、政府抽检信息、消费者反馈的AI信用评价模型,对商家进行动态风险评级,实现“守信者一路绿灯,失信者寸步难行”的智能奖惩机制。其次,研发并应用智能监管工具,开发AI视频内容监测系统,对直播带货、短视频广告进行实时扫描,自动识别虚假宣传、夸大功效等违规话术;利用大数据风控模型,监测刷单炒信、异常交易等行为,实现从“人海战术”到“精准靶向”监管的转变,提升监管效率与威慑力。最后,健全多元共治的规则体系,推动平台、品牌商、行业协会、消费者组织及监管部门共同参与标准制定与纠纷调解,形成社会多元主体共建、共治、共享的可信消费环境。

新质生产力赋能电商经济是一条通过区域战略的数字化重构、人才体系的生态化培育、监管模式的智能化升级所构成的系统路径。区域协同为人才发展和市场规范提供广阔舞台,人才建设为区域创新和监管落地提供核心能力,智能监管则为区域公平竞争和人才价值实现提供制度保障,三者相互支撑、相互融合,共同驱动电商经济迈向更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的新发展阶段。

5. 结语

新质生产力与电商经济的深度融合,并不是简单的技术叠加或局部的模式创新,而是一场由底层技术革命驱动、生产要素重构引领、产业生态重塑为标志的深刻系统性变革。本文探析表明,这一赋能路径清晰呈现出从技术应用到要素激活,再到市场开拓的递进逻辑。一方面新质生产力通过人工智能、大数据、区块链等颠覆性技术,为电商经济构建智能化的“数字基座”,实现从“经验驱动”到“数据智能驱动”的范式转变。另一方面新质生产力确立数据作为关键生产要素的核心地位,通过一系列技术工具与创新模式,有效解决数据价值化过程中的“悖论”。展望未来,新质生产力赋能电商经济的发展之路仍面临数据安全与隐私保护的平衡、技术应用的伦理规范、全球数字贸易规则的协同等诸多问题。但只要 we 坚持问题导向,不断推进政府、企业与社会各方协同共治,打造以数据为驱动、高效协同、普惠全球的智慧商业生态,电商经济就能够展现出持续发展的良好态势,从而推动电商经济迈向更高质量、

更有效率、更加公平、更可持续的发展新阶段，为中国经济的高质量发展注入强劲而持久的动力。

参考文献

- [1] 尹志学. “互联网 + 农业”助推农村电子商务和物流业发展[J]. 物流科技, 2024(12): 85-88.
- [2] 马抗美、胡雪文. 习近平关于人才工作重要论述的学理化阐释[J]. 新视野, 2025(9): 1-10.
- [3] 李芝兰, 周秀杉. 新质生产力视域下农村跨境电商发展及实现路径研究[J]. 陕西农业科学, 2025(8): 105-108.
- [4] 李秋燕. 乡村振兴背景下农村跨境电商人才培养路径探析[J]. 电子商务, 2020(8): 67-69.
- [5] 仇怡. 提升区域协调发展整体效能[N]. 经济日报, 2024-04-30(10).